我国互联网企业参与“一带一路”建设的战略思考*



崔书锋　杨 扬

深圳市腾讯计算机系统有限公司 深圳 518000

摘要　互联网产业通过多业态的整合与优化，为“一带一路”带来经济和社会领域资源的重新配置，推动形成区域内经济、文化和社会各种发展形态的融合与重生，其在“一带一路”建设中发挥着日益重要的作用。我国互联网企业应抓紧时机从顶层推进上深化布局，推动相关业务“走出去”，在网络信息基础设施建设、数字内容业务推进以及网络安全生态构建等方面发力。政府部门也需稳步引导和推进我国互联网企业“走出去”，强化国家对中国互联网企业参与“一带一路”建设的领导、引领，统筹协调在“一带一路”沿线国家的业务推进，为中国互联网企业海外发展提供必要支持。

关键词　一带一路，互联互通，互联网+，业务实践

DOI　10.16418/j.issn.1000-3045.2017.04.007

chinaXiv:201704.00227v1

1 “一带一路”倡议的推进实施有利于驱动信息的互联互通

2013 年 9—10 月，国家主席习近平在出访中亚和东南亚期间，先后提出共建“丝绸之路经济带”和“21 世纪海上丝绸之路”（以下简称“一带一路”）的重大倡议，以期让古“丝绸之路”焕发新的生机活力。2015 年 3 月 28 日，国家发改委、外交部及商务部联合发布了《推动共建丝绸之路经济带和 21 世纪海上丝绸之路的愿景与行动》，指出“丝绸之路经济带”重点畅通中国经中亚、俄罗斯至欧洲（波罗的海）；中国经中亚、西亚至波斯湾、地中海；中国至东南亚、南亚、印度洋；而“21 世纪海上丝绸之路”重点方向则是从中国沿海港口经南海到印度洋，延伸至欧洲；从中国沿海港口经南海到南太平洋。该文件提出了 “一带一路”建设的主要内容，即政策沟通、设施联通、贸易畅通、资金融通、民心相通（简称“五通”），并强调 “基础设施互联互通是‘一带一路’建设的优先领域”[1]。

*修改稿收到日期：2017年3月30日

ChinaXiv合作期刊

chinaXiv:201704.00227v1

“一带一路”连接起全球超过2/3的人口和1/3的经济总量，致力于构建全方位、多层次、复合型的互联互通网络，以实现亚欧非大陆及附近海洋的互联互通。从2013年提出至今三年多以来，“一带一路”倡议已从互联互通起步实施，包括交通基础设施、信息、物流、规范、标准的互联互通，而信息的互联互通应先于实体经济，为产业、金融、贸易、资源融通奠定良好基础。作为基础性的通用技术及信息能源，互联网信息建设对实体经济的促进作用潜力巨大，一个地区“互联网+”的发展程度也必然在经济战略等宏观层面有所反映。因此，对陆海战略通道的打通，不仅需要推进区域基础设施建设，更需要对各类产业进行“互联网+”改造，以更加有效地促进区域市场的形成，达成更广泛的互联互通。在此过程中，中国必然成为全球互联互通的动力源和重要网络节点，互联网——尤其是移动互联上的互联互通建设将同样不容忽视。

2 我国互联网企业参与“一带一路”建设的路径选择

美国是互联网的发源地，微软、谷歌、脸谱等互联网公司占据了全球主要市场份额。中国互联网起步虽晚一些，但20多年来的发展令人瞩目，在互联网领域整体实力强于欧洲、日、韩等很多发达国家，甚至在某些方面超过美国。而“一带一路”沿线国家多属于“互联网发展中国家”，我国的比较优势明显。

进入信息时代，互联网的发展推动政治经济繁荣的同时，网络空间也日益成为人类重要的活动平台。我国互联网产业在引领经济发展、推动社会进步、促进创业创新等方面发挥了巨大作用，互联网用户和市场规模庞大，互联网科技成果惠及百姓民生，互联网与传统产业加速融合，互联网国际交流合作日益深化，互联网企业竞争力和影响力持续提升。截至2016年12月，我国网民规模达7.31亿，互联网普及率达到53.2%，超过全球平均水平3.1个百分点，其中手机网民规模更是达到6.95亿[2]。

中国作为当下备受瞩目的互联网创新中心，在当前全球排名前20的互联网市场领导者中占据7席，腾讯、百度、滴滴、京东均列其中，征战海外的中国互联网应用服务，正在成为“中国智造”的一张新名片。与其他基础设施不同，互联网与用户习惯、行业渗透率、地区文化紧密相关，一旦在初始阶段抢得先机，后续其他企业进入难度很大。因此，我国互联网企业需要抓住时机，优先考虑从以下几方面深度参与“一带一路”重要战略发展。

2.1 加速推进“一带一路”信息网络基础设施建设，夯实互联互通基础

要加强“一带一路”的网络基础设施建设，在信息技术上真正实现互联互通。基础设施互联互通是基础，也是制约目前各国深化互联互通的薄弱环节。推进“一带一路”建设，应加速推进基础设施的互联互通，加强各国之间基础设施的规划、技术标准体系的对接，逐步形成连接亚洲各区域，以及亚非欧之间的基础设施网络。

中国与“一带一路”沿线国家的合作尤其是在基础设施建设方面的合作已具备良好基础。数据显示，“一带一路”倡议（B&R）下66个国家和地区的资本项目和交易活动中，2016年七项核心基础设施领域（公用事业、交通、电信、社会、建设、能源和环境）的项目与交易约4 940亿美元，其中，中国占总量的1/3[3]。互联网是实现我们网络互联信息互通重要的基础，沿线各国与国内的互联互通均离不开云计算的支撑和保障。随着“一带一路”建设全面启动，网络基础设施建设必将大大加快，这既为中国互联网企业的发展提供基本平台，又不可避免地影响其未来的布局和发展。

中国互联网企业应在相关基础设施建设阶段就抓紧融入和积极影响，从建立云计算和数据中心等面向未来的互联网软性基础设施建设入手，进行前瞻性布局，营造有利的未来业务发展基础环境。腾讯云、阿里云、百度云等云计算厂商都已经开始加速国际化步伐，积极拓

ChinaXiv合作期刊

chinaXiv:201704.00227v1

展海外市场，在全球部署数据节点，提供多项云计算服务。这些举措除了能够带动国内需要企业把服务提供到海外去，同时能够为更多国家的客户提供本地化的云服务，也能获得更好的辐射效应，帮助各个行业在“互联网+”方面有更大的进步，以云计算、大数据的能力带动“一带一路”沿线国家的传统产业向信息化转型升级。

2.2 充分发挥数字内容产业竞争力，掌握全球文化产业主导权

随着“一带一路”倡议的实施，发展我国文化产业，讲好中国故事，提升国家文化软实力，将有利推动“一带一路”沿线国家乃至全球不同文化的交流融合，为国家战略提供“软”支撑。当前，数字内容产品在国际文化服务贸易中的比重逐年上升，网络平台已经成为产品创作、传播和交流的重要阵地。欧、美、日、韩等发达国家、地区将发展数字内容产业作为重要战略，进一步提升其在全球文化交流中的话语权。

同时，我国的数字内容产业实现了持续10多年的快速发展，“泛娱乐”等中国特色的数字内容产业生态初步形成，我国已经成为全球最大的数字内容生产、发行与消费市场之一。腾讯、万达、阿里等企业不断布局全球内容生态，积累了丰富的商业经验与资本实力，已经发展成为全球性的数字内容企业。与此同时，我国数字内容产品正在逐渐得到国际文化市场的认可。以网络文学为例，中国网络文学产业经过20多年积累沉淀，产生了一批优秀的网络文学作家和一系列高质量网络文学作品。借助海外翻译的二次传播，中国网络文学在全球文创领域异军突起，成为一种值得关注的文化现象。我国网络文学行业最大平台——阅文集团首席执行官吴文辉在接受记者采访时表示，中国网络文学从2010年就开始了海外传播之路，海外粉丝群、读者群日益扩大，从泰国、越南等东南亚国家，到包括日本、韩国在内的整个亚洲文化圈，进一步到美国、英国、法国、俄罗斯和土耳其等国，影响力覆盖20多个国家和地区，仅阅文集团旗下的授权作品就达200部[4]。

数字内容产业具有转方式、调结构、促消费、扩就业的独特作用，大力发展和壮大数字内容产业是推进供给侧结构性改革，培育形成新供给、新动力的重要举措。在中央大力推进“一带一路”倡议的过程中，我国应充分发挥数字内容产业竞争力，积极布局全球文化产业市场，推动中华文化与中国企业走出去，抢占全球文化产业主导权，打造中国文化产业的世界标签。

2.3 充分重视安全问题网络化，布局构建安全生态体系

移动互联网的飞速发展缔造了一个全新的智能互联时代，随之而来的安全挑战也前所未有的复杂。在这个时代，操作系统多元化、智能设备多样化、使用场景立体化，安全威胁的入口前所未有地增多，安全威胁从以前单个终端上的个体作案演变成团伙作案。不同产业之间的协同日益加深，跨界合作与渗透逐渐成为一种常态，安全预防与应对难度加大，而传统的网络安全防护是安全软件厂商一家唱独角戏的舞台，无法应对“互联网+”时代的安全变革。唯有正视安全变革，才能倾情拥抱智慧互联新时代。

正因如此，产业链安全新生态建设势在必行。网络安全涉及范围十分宽泛，需要国家、军队和企业共同维护。中国互联网企业通过为网络用户提供防火墙、杀毒软件、病毒库更新等网络安全产品和服务，为防范网络入侵和犯罪，构筑了十分重要的网络安全基础防线，成为国家网络安全防护的主体力量。腾讯、百度等互联网企业积极进军网络安全领域，经过几年的发展，已经形成了PC安全、移动安全和云安全等全覆盖的安全产品矩阵，研发了杀毒、安全卫士、浏览器等安全产品，在国内网络安全领域迅速崛起。网络安全之于互联网企业，就像空气之于人一样，任何一个互联网企业都离不开网络安全，都在努力推进网络安全，同时也在提升国家的网络安全能力。以腾讯在网络安全领域的业务布局为例，腾讯将手机管家的移动安全能力和数据、自主杀毒引擎、安全云库开放给产业链的合作伙伴，与华为、联想、小米、电信等50家重要伙伴建立了全面合作，与

ChinaXiv合作期刊

chinaXiv:201704.00227v1

国家计算机病毒中心、中国金融认证中心等建立了联合安全实验室，一起探索前沿的安全技术。腾讯还发起了“天下无贼”反信息诈骗联盟，建立行业统一标准的全球最大的信息诈骗数据库，并将该平台全面开放，让数亿网民和产业链合作伙伴收益，过去2年帮助数万人挽回约2.5亿经济损失。

在“一带一路”倡议的推进过程中同样离不开网络安全，同样需要构建一个涵盖所有“一带一路”沿线国家和地区的网络安全生态。我国互联网企业多年积累的成功经验和安全能力可以为“一带一路”沿线国家和地区所用，与当地的政府、企业、个人共同构建起网络安全生态体系，在为“一带一路”倡议的推进提供网络安全保障的同时，也会为相关产业的投资和贸易发展提供一个纯净的网络交易空间。

3 国家和企业协同推进“一带一路”倡议的战略思考

《纽约时报》中文网2016年9月发文认为，“中国山寨美国的观念已经过时，现在轮到美国山寨中国了”。在国家“一带一路”建设的稳步推进下，中国的互联网企业也肩负着“走出去”的重任。

3.1 政府要引导和推进本土互联网企业“走出去”，增强其国际竞争力

从某种意义上看，中国互联网企业“走出去”的同时也支持和保障实体产业“走出去”，与实体产业共同构成“一带一路”建设大战略的双轮之驱动、一体之两翼。然而，中国互联网企业“走出去”的“雷声”和“雨点”都还比较小，既有时机和条件方面的原因，也有氛围不浓和支持不够的成分。

政府需稳步引导和推进中国互联网企业“走出去”，强化国家对互联网企业参与“一带一路”建设的领导、引领，统筹与通信网络设施建设相协调的问题，为中国互联网企业海外发展提供必要支持。一方面需要为企业创造更有利的海外政策环境，包括积极参与国际规则和安全标准的制定，加强国内政策立法与国际的接轨；同时也要加强对互联网企业走出去的政策扶持，鼓励互联网新产品的海外应用推广，并加强政府在海外的服务职能。

微信、微博等即时通信工具及社交媒体已成为海内外网友的“连接器”和“传声筒”。建议互联网主管部门站在国际移动互联网发展的前沿高度，把民族互联网龙头企业与精品应用纳入国家对外文化宣传的整体布局中，支持本土互联网企业“走出去”，积极传播中华优秀文化，鼓励网络文学、游戏、影视剧等作品积极进入国际市场；支持有条件的互联网企业通过海外并购、联合经营、设立分支机构等方式开拓海外市场；加大对优秀网络文化作品对外贸易、版权输出、合作出版传播渠道的拓展扶持力度；对移动互联网产品的技术创新、平台创新提供政策支持，建设更多自主知识产权的技术标准体系，积极抢占移动互联网的主导权和主动权。

3.2 中国互联网企业需提升在“一带一路”建设中的战略地位，从顶层推进上深化布局

中国互联网企业需要加强内功修炼，加速产业合作与创新。就互联网应用服务企业而言，要想扬帆海外必须“修炼内功”，尤其要加强技术研发和产品迭代能力，同时还要具备深耕海外市场的战略定力和国际化人才的储备。此外，加强产业合作也十分必要，推动互联网的发展，需要一批综合实力强，在国际上有影响、有竞争力的互联网企业，需要功能强大、理念创新的互联网产品。

加快中国互联网企业与“一带一路”沿线国家交流合作，从具体项目上抓紧推进。中国互联网企业在融入“一带一路”建设中，除了关注电子商务、网络安全、数字内容等方面外，还要注重向“一带一路”沿线国家推介“一带一路”倡议，充分利用互联网“即时传播效应”，贯彻“亲、诚、惠、容”的周边外交理念，推出多种语言版本的“一带一路”主题网站及以微信和QQ为代表的各种社交工具等，打造国际化的思想文化交流平

ChinaXiv合作期刊

台，增进相互理解信任、便捷全方位交流，使“一带一路”沿线国家对我们更认同、更亲近、更支持，推动与“一带一路”沿线国家在理念、决策和合作机制上的共识、共商，强化“一带一路”沿线国家之间的相互信任、共谋发展。

参考文献

1 国家发展和改革委员会，外交部，商务部. 推动共建丝绸之路经济带和 21 世纪海上丝绸之路的愿景与行动. [2015-04-06]. http://www.mofcom.gov.cn/article/i/jyjl/l/201504/20150400933572.shtml.

2 中国互联网络信息中心. 第三十九次《中国互联网络发展状况统计报告》. [2017-01-22]. http://www.cnnic.net.cn/hlwfzyj/hlwxzbg/.

3 普华永道. 针对“一带一路”倡议（B&R）下 66 个国家和地区的资本项目和交易活动的研究报告. [2017-02-17]. https://www.yidaiyilu.gov.cn/jcsj/sjrw/7525.htm.

4 王蔚，宋豪新. 网络文学出海，会成为中国的“新文化现象”吗？[2017-03-28]. http://3g.163.com/touch/article.html?docid=CGJ8RJJ200018AOP&qd=pc_adaptation&refer=#sns_weixin.

Strategic Thinking of China Internet Companies to Participate in the Belt and Road Initiative

Cui Shufeng　Yang Yang

（Shenzhen Tencent Computer System Co, Ltd., Shenzhen 518000, China）

Abstract　Through the integration and optimization of multi-format, the Internet industry has brought about the reallocation of resources in the economic and social fields to promote the integration and rebirth of the economic, cultural and social development forms in the region, and play an increasingly important role in the construction of the Belt and Road Initiative. China Internet companies should seize the opportunity to deepen the layout from the top to promote business to go out, focus on three areas of business: the network information infrastructure, the digital content business, and the network security ecology. Government departments need to steadily guide and promote China Internet companies to go out, coordinate and promote business in the countries along the the Belt and Road initiaives, and provide the necessary support for overseas development of China Internet companies.

Keywords　the Belt and Road initiaives, connectivity, Internet plus, business practice

崔书锋　山东人，法学博士，腾讯公司公共战略委员会办公室总监。E-mail: shufengcui@tencent.com

Cui shufeng　Born in Shandong Province, doctor of laws, Director of Public Strategy Committe of Tencent. E-mail: shufengcui@tencent.com

chinaXiv:201704.00227v1